

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengolahan dan analisis data, diperoleh elemen-elemen ekuitas merek dari produk coklat krunch Pangkey yang dibandingkan dengan merek produk coklat krunch lainnya. Hasil dari kesimpulan dapat dilihat dibawah ini :

✓ Variabel *Brand Awareness*

Pada variabel ini, yang menjadi *Top of mind* tertinggi untuk produk coklat krunch adalah pada merek Top. Sedangkan pada merek produk coklat krunch Pangkey menduduki peringkat terakhir. Pada umumnya merek produk coklat krunch Pangkey masih banyak responden yang mengetahui keberadaan produk coklat krunch Pangkey tetapi dalam benak konsumen tidak meninggalkan suatu kesan yang kuat. Dan para responden mengenal produk coklat krunch Pangkey melalui teman.

✓ Variabel *Brand Asociation*

Pada variabel ini, produk coklat krunch merek Pangkey mempunyai beberapa keunggulan jika dibandingkan dengan produk pesaing lainnya yaitu :

1. Kekentalan coklat krunch
2. Kadar coklat yang dimiliki
3. Kemudahan dalam membuka kemasan

Dari keunggulan yang dimiliki oleh produk coklat krunch tersebut dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dan dapat dijadikan kekuatan bagi produk coklat krunch tersebut untuk dapat bersaing dengan produk pesaing lainnya.

✓ Variabel *Brand Loyalty*

Pada variabel ini, terdapat beberapa tingkatan loyalitas dalam produk coklat krunch Pangkey dengan masing-masing persentase sebagai berikut :

1. Persentase terbesar terdapat pada tingkatan *Habitual buyer* (52.14%)
2. Peringkat kedua ditempati oleh *Switcher* (28.57%)
3. Peringkat ketiga ditempati oleh *Committed buyer* (25.71%)
4. Peringkat keempat ditempati oleh *Liking the brand* (55%)
5. Peringkat terakhir ditempati oleh *Satisfied buyer* (50.71%)

Selain diperoleh hasil elemen-elemen ekuitas merek dari produk coklat krunch Pangkey, juga diperoleh peralihan merek produk coklat krunch Pangkey dari tahun ke tahun dan juga diperoleh segmen pasar maupun potensi pasar. Hasil dari kesimpulan tersebut dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 6.1

Peralihan Merek Produk Coklat Krunch Pangkey

Tahun / Ke	Beng-beng	Top	Pangkey	Gery
2005	10	15	8	4
2006	0.27	0.405	0.216	0.108
2007	0.281	0.326	0.27	0.124
2008	0.285	0.324	0.117	0.017

Sumber: Hasil pengolahan data penulis, 2005.

Tabel 6.2
Segmen Pasar Produk Coklat Krunch Pangkey

Tahun / Merek	Pangkey
2005	0.136
2006	0.272
2007	0.264
2008	0.245

Sumber: Hasil pengolahan data penulis, 2005.

Tabel 6.3
Potensi Pasar Produk Coklat Krunch Pangkey

Tahun / Merek	Pangkey
2006	74
2007	88
2008	67

Sumber: Hasil pengolahan data penulis, 2005.

6.2. Saran

6.2.1. Saran bagi pihak perusahaan PT Arta Boga Cemerlang (ABC)

Berdasarkan hasil dari analisis, bahwa pada produk coklat krunch Pangkey memiliki keunggulan pada kekentalan coklat krunch, kadar coklat yang dimiliki dan kemudahan dalam membuka kemasan. Sedangkan pada atribut lainnya harus dilakukan perbaikan supaya dapat lebih unggul dengan produk pesaing lainnya. Adapun saran yang diberikan kepada pihak perusahaan PT Arta Boga Cemerlang untuk memperbaiki atribut-atribut tersebut dapat dilihat dibawah ini:

❖ Pilihan rasa yang bervariasi

Berdasarkan data kuesioner mengenai profil responden, diketahui sebagian besar masyarakat pada umumnya mengkonsumsi produk coklat krunch Pangkey berusia 10 – 20 tahun dan 21 – 30 tahun. Maka saran yang dapat diberikan penulis adalah sebaiknya pihak perusahaan membuat pilihan rasa yang banyak digemari oleh kalangan usia tersebut seperti rasa strawberi, cappucino, vanila, mocca dan lain sebagainya.

❖ Ketersediaan dan kemenarikan media promosi yang digunakan

1. Melakukan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).
2. Menjadi produk sponsor dalam suatu kegiatan ataupun acara hiburan untuk masyarakat yang berusia 10 – 20 tahun dan 21 – 30 tahun
3. Pihak Perusahaan membuat stand di mall dan menggunakan *Sales Promotion Girl* (SPG) yang dapat menarik perhatian dari masyarakat yang berusia 10 – 20 tahun dan 21 – 30 tahun.

❖ Ketersediaan hadiah/undian

Pihak perusahaan menyediakan undian berhadiah yang disertai dengan identitas diri dari konsumen beserta plastik pembungkus coklat Pangkey sebanyak 5 bungkus baik untuk kemasan kecil maupun besar. Undian berhadiah tersebut dilakukan dalam 2 tahap dalam setahun. Tahap pertama dilakukan pada awal tahun dengan hadiah televisi, handphone, kulkas dan lain sebagainya. Tahap kedua dilakukan pada pertengahan tahun dengan hadiah mobil, motor dan lain sebagainya.

❖ Ukuran yang bervariasi

Pihak perusahaan menyediakan kemasan produk coklat krunch dalam ukuran yang bervariasi seperti ukuran 25 cm x 8 cm dan 16 cm x 2 cm dan lain sebagainya.

❖ Harga yang murah

Pihak perusahaan menerapkan sistem *five get one* maksudnya dengan jumlah produk sebesar 6 buah, konsumen hanya membayar dengan harga sebesar 5 buah produk coklat krunch Pangkey maka masyarakat yang berusia 10 – 20 tahun dan 21 – 30 tahun dapat membeli produk coklat krunch Pangkey

❖ Kemudahan dalam memperoleh coklat krunch

Pihak perusahaan memperluas wilayah pemasaran yaitu dipasarkan ke daerah-daerah kecil dan warung-warung kecil.

❖ Kepopuleran merek coklat krunch di mata masyarakat

Pihak perusahaan membuat iklan di televisi dengan bintang iklan remaja yang terkenal dan membuat slogan yang menarik dan mudah diingat. Selain itu pihak perusahaan juga membuat stiker-stiker kecil yang bertuliskan nama produk coklat krunch Pangkey dan juga dapat menjadi produk sponsor dalam suatu acara televisi, dimana acara televisi tersebut merupakan acara untuk masyarakat yang berusia 10 – 20 tahun dan 21 – 30 tahun seperti acara lomba menyanyi, acara permainan dan lain sebagainya. Dengan adanya saran diatas maka produk coklat krunch Pangkey akan menjadi lebih dikenal lagi oleh masyarakat.

❖ Kemasan coklat krunch yang menarik

Pihak perusahaan membuat kemasan produk coklat krunch dengan kombinasi warna yang cerah dan gambar produk coklat krunch yang lebih menarik sehingga dapat menarik perhatian masyarakat yang berusia 10 – 20 tahun dan 21 – 30 tahun.

6.2.2. Saran untuk penelitian lebih lanjut

Agar penelitian terhadap produk coklat krunch Pangkey ini dapat lebih mendekati sempurna, maka disarankan agar:

1. Melakukan penelitian QFD untuk mengetahui apakah produk coklat krunch Pangkey telah sesuai dengan harapan dari konsumen jika dilihat dari segi harga, bentuk, kualitas dan lain sebagainya
2. Penelitian dilakukan pada daerah pemasaran lainnya yaitu pada daerah Jakarta, Surabaya dan daerah lainnya karena penulis menduga bahwa selera pada penduduk di tiap daerah dengan daerah lainnya tidak sama.